下载APP

09 | 为什么你的设计方案总是通不过？

2021-01-27 炒炒

体验设计案例课 进入课程 >

讲述：炒炒
时长 14:18 大小 13.11M

你好，我是炒炒。

在工作中，你有没有听到过设计同学这么跟你吐槽过：

> “这个产品经理也太固执了吧！怎么一直都说不通呢？到底懂不懂用户体验？”
>
> “我的方案明明超级符合用户需求，还引领设计潮流，他们为什么就不接受呢？”
>
> “我明明在阐述需求的底层框架与任务流程，产品经理怎么就陷进了 UI 控件的细节沟通呢？”

不仅如此，我们还经常会看到一些设计同学工作十分努力，对专业的把控非常严谨，方案设计得也很出色，但在设计提案时总有些力不从心，导致推动落地的时候大打折扣，这是

为什么呢？

在 Netflix 的艺术纪录片《Abstract:The Art of Design 》中，作为 Pentagram 五星设计联盟 CEO 的知名女平面设计师 Paula Scher 曾经说过：

> “设计商标从来不是真正艰难的部分，真正难的是说服成千上万的人们去使用它。”

落到我们的工作上，也是这样。创意的爆发和方案的设计通常不是最难的一个环节，如何得到项目组成员的一致认可，以及如何推动方案落地才是最具挑战性的环节。

接下来，我就结合我的工作经历，带你一起探讨如何才能更高效、更科学地向别人去“证明”自己的设计方案的专业性与合理性！在我的经验中，我总结了三个比较重要的点：

跳出自身角色圈；

专业才是硬道理；

稳准狠表达设计。

那么，我们先来研究下第一点，什么是跳出自己的角色圈。

跳出自身角色圈

之前提过，在用户体验师的能力项中，有一种能力叫“一秒变用户”。在用户体验设计师的职场协作关系中，我们同样需要一种能力叫“一秒切换到对方的角色场景中”。

如果你也是一名正在职场中打拼的设计师，你不妨先问自己几个问题：

你真的了解你的产品经理吗？

你知道你的协作方关心什么吗？

你真的了解项目需求的背景与最终目的吗？

曾经我们团队发生过这样一件事情，我们的设计小伙伴接到了一个需求，不过那个需求的产品文档不完善，就连产品人员自己也没思考透彻。于是，我们的设计师根据自己的工作经验以及对需求的理解，针对这个需求，输出了一个自认为堪称完美的方案。

然而，事情并没有那么顺利。产品经理对设计方案提出了很多修改建议，并不断地给设计师讲解产品方的思考逻辑，但设计师对自己的方案非常有自信，“从用户的角度来说，我的方案是无懈可击的”，设计师不甘示弱，并且坚持不修改自己的设计方案。

最后的结果可想而知，产品经理以设计师难沟通为理由，要求更换设计师，态度十分坚决，宁愿自己重新做需求评审也要更换当前的设计人员。你认为在这个过程中，谁做错了呢？

谁都没有错，每个协作方都有自己的立场和视角：

> 产品经理想，“这个设计师太固执了，怎么一直说不通呢？产品在当前阶段需要的是野蛮打法，不是过于精细化的设计，她这么做的投入产出比太差了”。
>
> 设计师也会想，“产品文档不完善，产品思路没想透彻，就弄出这么不符合用户习惯的产品。纠结于设计形式，提出那么多浮夸的设计建议，这个产品经理根本就不懂什么叫设计、什么叫用户体验。”

到这儿为止，你可能以为只是换了一个设计师继续做需求，但其实没那么简单。

产品经理以及外部的协作团队可能会对设计团队的能力产生质疑。被换了的设计师不仅会遭受换角的打击，甚至还会影响到自己的专业自信。

一名设计师在职场的大环境中，经常要对接的角色很多，有业务、产品、开发、测试、运营以及各条业务线大 boss，各个职能对同一件事情的看法真的会一致吗？答案是不一定的。

每个职能因为自己的专业领域以及所负责的绩效板块不同，看同一件事情的角度就会有所偏差，彼此之间会形成天然的沟通屏障。大家会自然而然地站在自己的角度去思考问题、去阐述问题的解决办法，自说自话，这就很容易造成意见的分歧，这就是**小偏差**。

这个时候，如果不能换位思考，小偏差慢慢积累就会变成**大偏差**，最终会导致各职能间的相**互不信任**。在相互不信任的情况下共事，无论对项目，还是对职场生涯，都是毁灭性的打击。

那么，我们到底该怎么做，才能降低偏差，建立和其他协作体的信任呢？我给你提供一个小方法：**当你在听完需求后，你要用自己的语言重新组织说一遍，确保双方的理解是一致的。**

是不是感觉这方法听起来好像有点啰嗦，但其实在工作中是非常有效的。

回到刚刚的案例，正确的做法是：设计师根据产品经理的建议，再出一版设计方案，并将两个方案放在一起，标出两个方案的优缺点，并给出专业建议，将决策权还给产品经理。而产品经理直接为产品的各项 KPI 负责，从这个层面来说，**设计师是资源，设计是锦上添花，并非雪中送炭。**

所以，我个人理解，这其实叫做**职场的同理心。**

在沟通中，我们要学会**带着同理心去换位思考，跳出自己的角色圈**，站在对方的角度上去思考一下对方的诉求，建立信任，才会理解对方为什么会有这样的诉求。

这会有助于双方更好地统一战线，力往一处使，更好地为项目服务。

专业才是硬道理

什么是职场话语权的硬通货？就是专业能力。作为用户体验设计师，怎样才能让合作方觉得设计方案专业又靠谱呢？我给你提供了三把刷子，帮助你打造专业的印象。

第一把：全面的产品信息地图

在做一个设计方案之前，我通常会去通盘了解一下自己所做需求的前因后果。这其中包括战略规划、目标客群、产品思路、运营策略、乃至到开发的实现过程。

只有清晰了解全局，不放过任何一个跟需求相关的细节，才能设身处地从用户的角度、从协作方的角度去思考当前情况下最合理的设计方案。我给你举一个例子。

我们曾经接到过一个需求，是“线上开户优化”，也就是业务方希望整体的开户流程能更省时。拿到需求后，我们并没有马上去画设计图，而是先拆解自家产品的流程。

跟业务方探讨是否可以删掉某些非必要流程；

跟技术探讨是否能自动填写用户在数据库已有的信息，还有当前人脸的识别准确度能否再提升、能否用人脸识别来进行身份核实，放弃复杂不友好的银行 Ukey 物理认证流程；

我们还分析了竞品，提取竞品中值得学习的闪光点；

……

做完这些，我们才根据我们掌握的信息，进行方案的设计。后来，做好充分的准备与思考，我们在演示设计方案的时候，得到了产品方、业务方等相关联协作方的一致认同。

所以，不要觉得自己只是个设计师，当你掌握的信息越全面，你就更容易跟你要设计的产品站在同一阵线，更能设计出符合项目预期、符合用户需求的方案。

第二把：透过现象看本质的习惯

我们在设计的过程中，经常会听到这种需求：

你这个文字要大一点；

你这个颜色太亮了；

……

但有的时候，即使你把字号改大了，还是不能让别人满意，改大字号真的能解决问题吗？

我们之前遇到过这么一件事情，在评审某个 UI 方案的时候，产品经理说“头部这个蓝色不好看，要不改掉吧？”但真的是蓝色不好看的问题吗？

经过我们多问了几个为什么之后，发现并不是蓝色不好看，而是头部整片的蓝色区域框住了所有的内容，导致文字都挤在了一起，没有层次，给人乱糟糟的感觉。如果我们用蓝色作为主色，蓝色就会在界面的占比偏多，导致产品经理第一直觉就是蓝色不好看，是蓝色的锅。

但是，我们要能发掘出，深层次的原因不是颜色，而是色彩面积占比和层次的问题。因为，人的表达往往是主观的、有限的，有时候对方提出的修改意见并不是从源头上解决问题的最优方案。

所以，我们在整个设计沟通过程中，要善于挖掘与探讨，不要停留在意见表层。**我们要多思考、多追问、多问几个“为什么”**。这个沟通过程可能只需要 2 分钟，但如果你不多问几个“为什么”就直接修改的话，造成的成本可能不仅是 2 小时或 2 天的时间成本，还可能是机会成本的沉没。

第三把：死抠细节不放手的本领

细节是魔鬼，细节内藏乾坤。

前段时间，我们在设计企业账户信息填写页面时，发生了一个小问题。“名称”部分一般指的是企业名称，但设计页面时，设计师却写成了“张三”。在评审过程中，产品经理提出，“这里明明是企业名称，怎么可能会是个人姓名呢？”。

从第三方视角看，你认为这个设计师专业吗？这个时候，产品经理心里是如何想的呢？评审会上的其他协作方会怎么想呢？他们可能会觉得这设计师也太不专业了，这么基础的东西都不懂。要是我会 Axure，我就直接把设计稿给做了。

所以，你看，就是这么一个小小的细节，却显示了我们的不专业和无准备。所以，在我们设计的方案中，我们一定要注重细节，特别是会误导他人的细节。

只有良好的细节，才会让协作方觉得我们的方案更专业，才会更被我们说服。

稳准狠表达设计

现在，设计方案准备好了，我们怎样才能准确地把方案表达出来呢？很多人都会有点怯场，认为自己语言表达能力欠佳，但是，你要记住，设计师毕竟不是演讲家。

我们在讲述方案的时候不一定要有多慷慨激昂、激情四射。更重要的是能够条理清晰、准确无误地表达方案和想法。我有两个方案推演的小技巧，可以分享给你。

第一个技巧：巧用电梯法则

什么是电梯法则呢？电梯法则就是，设想自己只有 30 秒的时间，向别人推销你自己、向别人推荐你的产品、向别人介绍你做的事情，然后你会怎么去做。

比如说，你是十七年前的马云，你在电梯里面遇到了孙正义，你会怎么描述淘宝？你可能会说，淘宝是一个满足网购用户生活消费和线上购物需求的产品。它可以让你足不出户，就能买到各种各样的物品，并且绝对是物有所值。

这个法则的作用，就是在 30 秒的时间用极具吸引力的方式，简明扼要地阐述自己的观点。

人的注意力十分有限，倘若你在 30 秒中没有抓住对方的吸引力，你就有可能失去了后面完整表达你方案的机会。

第二个技巧：方案贵精不贵多

有时候，方案太多反而会让别人看花眼，无从选择，还会让合作方觉得我们是个没有灵魂的出图机器。但是，设计师在设计方案的时候总会有很多很多的想法，特别是 UI 设计师。但你要谨记，数量并不代表一个设计师的专业，最多只能说明设计师技法娴熟。

无他，唯手熟尔。

一般来说，在评审的过程中，我不建议你将所有的设计方案直接平铺，让产品方挑选。而是你要先经过自己思考、衡量与推敲，挑选出最优的 1~2 个方案进行方案评审，并给出设计说明，陈述方案的思考逻辑。

如果你自己都选不出来，又怎么能指望别人选出来最好的方案呢？

炒炒总结

今天，我们讨论了关于设计方案通过的问题，在设计师的工作中，创意和方案的设计都不是最难的事情，如何得到其他成员的认可，以及推动方案落地，才是最有挑战性的环节。

那么，如何才能高效地向别人证明自己的设计方案的专业性与合理性呢？主要有三点。

第一点，在沟通上，要学会跳出自己的角色圈。我们要学会去站在别的角色身份的立场上想问题，用同理心建立相互之间的信任。一个很好用的方法就是**当你在听完需求后，你要用自己的语言重新组织说一遍，确保双方的理解是一致的。**

第二点，在准备上，专业才是硬道理。我们要学会构建一份全面的产品信息地图，掌握的信息越全面，才更容易设计出符合项目预期、用户需求的方案；还要养成透过现象看本质的习惯，善于挖掘与探讨，不要停留在意见表层；最后要有死抠设计方案细节不放手的本领。

第三点，在表达上，要稳准狠表达设计。这里有两个技巧，一个是巧用电梯法则，提炼产品设计的核心要点，另一个技巧是方案贵精不贵多，要挑选出更有含量、更有想法的设计方案。

虽然，推设计方案确实是一件不太容易的事情，但是如果你能够熟练地掌握以上三点，我相信你的方案通过率会越来越高，你会在自己的职业生涯中拥有更多的自信和底气。

课后题

你在推设计方案的时候，遇到过哪些难题呢？我在本节课中分享的方法，是不是能够帮你解答一些疑惑呢？或者，你觉得自己在推方案方面，有哪些不足呢？

记得在留言区和我讨论、交流你的想法，每一次思考都会成为你进步的基石。

如果你喜欢今天的内容，也欢迎你把这一讲分享给你的朋友。

感谢你的阅读，我们下一讲再见。

提建议

© 版权归极客邦科技所有，未经许可不得传播售卖。 页面已增加防盗追踪，如有侵权极客邦将依法追究其法律责任。

上一篇 08 | 怎样搞定一场用户可用性测试?

精选留言 (1)

写留言

石云升
2021-01-27

今天内容有点丰富，很多都是实战的工作经验，看完后脑海里蹦出很多东西。

管理员有个概念叫沟通视窗，根据“自己知道，自己不知”和“他人知道，他人不知”两个维度，可以把自己的知识分为四个象限：公开象限、隐私象限、盲点象限、潜能象限。所谓达成共识就是让双方的公开象限越多，所以很多公司会组织大家一起学习。这样更...

展开

2